

La televisió en els límits de l'interès públic

JOSEP GIFREU

Després de comprovar a Itàlia l'equivalència entre control de la televisió privada i assalt al govern per mitjà de les urnes, es fa difícil de mantenir judicis matisats sobre el poder de la televisió. O sobre una certa correspondència entre índex d'audiències i resultats electorals. O sobre l'aplicació de la televisió a la creació i promoció de partits «postpolítics». El cas italià, titllat fins i tot de «primer cop d'Estat dels mitjans de comunicació de la història europea» (Paul Virilio), és significatiu de la nova orientació que prenen les íntimes i conflictives relacions entre comunicació i política, entre televisió i democràcia.

En aquestes circumstàncies de perplexitat videomediàtica, preguntar-se sobre els límits de la televisió pot ser un exercici més retòric que no pas polític. Els límits, d'entrada i per definició, els imposa el poder. El polític i/o l'econòmic. De manera que hauríem de matisar.

Límits, per què?

Una primera resposta lògica seria aquesta: la televisió no s'ha d'imposar límits. Però, a què ens referim quan parlem de «televisió»? Qui seria el subjecte beneficiari d'aquest reconeixement privilegiat de llibertats il·limitades?

Si per televisió entenem primàriament una tecnologia

moderna de comunicació, parlem d'un instrument o vehicle o sistema de comunicacions en àudio i video de difusió oberta, i des d'aquest punt de vista no hi ha raó de limitar-ne les possibilitats de difusió i d'intercomunicació a qualsevol escala.

Si l'entenguéssim, en canvi, com una empresa o institució econòmica amb uns determinats imperatius de rendibilitat, tampoc no veuríem clars quins límits s'hauria d'imposar. Com qualsevol altra empresa del sector de la producció de béns i serveis està obligada per definició a maximitzar els beneficis propis. Per què el sector televisiu hauria de posar-se límits en certes imatges, informacions o temes, si això li proporciona millors índex d'audiència i, per tant, millors opcions en el mercat publicitari o en la captació d'abonats?

I si la televisió és entesa bàsicament com a mitjà d'informació, la seva obligació sembla ser justament la de no acceptar límits a la seva funció. L'exercici del periodisme necessita la llibertat d'investigació com l'aire que respirem. Si d'entrada s'imposen límits a determinats temes o imatges o conflictes, el periodista no va a la trinxera, s'inhibeix i espera el comunitat oficial. El comunicat oficial no té res a veure amb l'exercici del periodisme, sinó en tot cas amb el de l'administració de la cosa pública o de la gestió dels interessos privats. La reivindicació de la llibertat d'informació, nucli de la teoria liberal de la premsa i de la mateixa teoria liberal clàssica, no admet límits. Justament perquè, com defensava John Stuart Mill, la garantia de la «veritat» només s'obté amb una premsa lliure i la circulació de totes les opinions, fins i tot de les «falses».

Però, la televisió d'avui, la televisió a què ens hem de referir en les actuals circumstàncies històriques, no s'avé a cap d'aquestes accepcions. En l'etapa actual, d'evolució de les

societats postindustrials, corresponents a les anomenades societats democràtiques de masses i de l'Estat del Benestar, la televisió no és de cap manera ni una mera tecnologia avançada de comunicació, ni un subsector del sector comunicatiu, ni tan sols un fabulós mitjà d'informació. És tot això, evidentment. Però no és reduïble a cap d'aquestes visions.

Vers un nou paradigma de la televisió

La televisió comença a ser el paradigma, no sols d'una nova estructura de circulació de béns i serveis informatius i culturals, sinó sobretot, d'una nova estructura de percepció del món i de socialització social, política i cultural.

Disposem ja de suficients dades sobre l'abast i les modalitats de penetració de la televisió en les societats democràtiques i postindustrials com per no dubtar de la seva centralitat tant en els processos macrosocials (funcionament del sistema social, polític, econòmic o cultural) com microsocials (processos de socialització, de relació, d'aprenentatge, de fruïció, etc.).

En aquest context, la televisió s'ha d'entendre com el nucli de la comunicació pública en les societats democràtiques i del benestar. El nucli del nou espai públic, condició de l'accés i de la participació dels ciutadans i ciutadanes, i també dels no-ciutadans (infants i adolescents, immigrants, turistes, visitants, etc.), en el debat obert sobre qüestions d'interès públic en una societat determinada. Naturalment, els temes i opcions del debat més pròpiament polítics passen també i forçosament, bé que no exclusivament, per la televisió. Les mateixes campanyes electorals es van conformant al mode de l'activitat i cadència televisives. Fins i tot, fora de les campanyes electorals, els polítics tendeixen a programar les actuacions d'acord amb la

previsible cobertura dels «massmedia» i molt especialment de la televisió.

Així, doncs, la intervenció de la televisió resulta tan decisiva en l'estructuració i en el funcionament de tota la societat, que no pot deixar d'estar intrínsecament vinculada al concepte d'interès públic.

El problema és definir què s'ha d'entendre per interès públic. Abans d'avançar en aquesta direcció, convé argumentar la conveniència d'adoptar el concepte d'interès públic com a central en l'anàlisi dels límits de la televisió. Algunes raons:

- Ajuda d'una banda a superar una visió excessivament jurídicista del concepte pròxim de «servei públic», que és atribuït a la televisió en molts països.

- Ajuda a integrar en un únic sistema tant les entitats de titularitat pública com les de titularitat privada.

- Ajuda a introduir, d'entrada, una perspectiva pública en la consideració de qualsevol àmbit (nacional, internacional, regional o local), modalitat (TV convencional, TV temàtica, TV per cable, TV a pagament, etc.) o activitat (informativa, educativa, de ficció, d'espectacle, documental, experimental, etc.) propis de la televisió.

- I finalment, apunta a la necessitat d'establir uns principis sobre els quals poder formular i adoptar unes polítiques públiques que explicitin, per a una societat concreta i un període de temps determinat, els límits conjunturals de l'acció limitativa.

Des d'aquest enfocament, l'aplicació de la primitiva teoria liberal a la televisió resulta tan poc pertinent com seria la seva aplicació a la comprensió de l'Estat actual del benestar, per exemple. L'evolució de les institucions comunicatives en el marc d'una economia de mercat ha transformat

radicalment les primeres condicions propugnades des de Milton per a l'exercici del dret individual de la informació. Sigui per la intervenció dels poders públics o sigui per la tendència implacable a la concentració d'empreses i de la propietat, la llibertat de premsa s'ha reduït a pura utopia dels il·lustres liberals del segle XVIII i primers del segle XIX. Ja a finals del segle passat, l'experiència del «periodisme groc» posava en evidència la lògica perversa del sistema. Aquell tipus de periodisme, conseqüència d'una premsa reconvertida massa ràpidament en indústria de masses, representava una autèntica desnaturalització dels alts ideals il·lustrats del liberalisme.

Interès públic i responsabilitat política

Des de llavors, la via de compromís que polítics i periodistes van contribuir a introduir en el debat, té el nom de la coneguda com a doctrina o teoria de la responsabilitat social. Aquesta teoria intenta conciliar tres conceptes recurrents en el debat d'aleshores, que avui encara persisteix d'alguna manera: la llibertat individual dels ciutadans, la llibertat dels mitjans de comunicació (com a empresa amb objectius particulars, econòmics, polítics i professionals) i les obligacions envers la societat, habitualment delimitades dintre del concepte d'interès públic.

La televisió, doncs, no s'ha d'imposar límits. Els límits a la seva activitat deriven del seu caràcter estructural de sistema comunicatiu d'interès públic. Com que fem referència explícita als dominis de l'espai públic, la televisió té una missió pública inqüestionable: garantir unes condicions d'estructuració de l'espai públic conforme als principis bàsics que inspiren la societat democràtica.

Els principis i els valors de la democràcia, com els de la llibertat, la igualtat, la justícia i la solidaritat, són els principis de la comunicació pública i, doncs, de la televisió.

Ara bé, les limitacions que pot assumir una televisió i, en general, el sistema televisiu, requereixen, al meu parer, tres condicions: primera, que no atemptin contra els principis bàsics de la societat democràtica; segona, que procedeixin d'unes polítiques públiques, és a dir, amb la legitimació prèvia d'un debat polític; i tercera, que siguin limitades a un període de temps i a unes circumstàncies concretes.

Efectivament, només unes polítiques explícites sobre les limitacions de la televisió en funció de l'interès públic poden justificar els límits de la seva acció. Només la política pot imposar limitacions a l'actuació de la comunicació pública. De fet, no hi ha cap Estat sense una regulació mínima de l'estructuració del sector televisiu i de les condicions de funcionament. És cert que hi ha múltiples zones d'ambigüitat jurídic-política deixades a la discrecionalitat dels actors, professionals i telespectadors. Aquestes zones doten de flexibilitat el sistema i de creativitat els actors socials.

Però hi poden haver actuacions específiques que s'han de limitar en funció de l'interès públic (seguretat de l'Estat, protecció de la infància, dret a l'honor i a la intimitat, no discriminació per raons racials, religioses o de sexe, etc.). En aquests casos, les polítiques han de ser clares, explícites i coherents, i han de materialitzar-se en dret positiu, ja que només el dret és garantia d'universalitat i d'objectivitat. Això no vol dir que no pugui ser convenient l'adopció de codis d'autocontrol professional, sobretot per orientar les pràctiques professionals d'acord amb una ètica particular. Però, allò que no pot pretendre un codi deontològic és ni suplir la funció del

dret en un estat de dret, ni determinar com entendre i aplicar el concepte d'interès públic a l'actuació professional.

La teoria de la responsabilitat social podia semblar molt innovadora a finals del segle passat. Avui, un segle després, hem de començar a treballar amb una nova teoria de la «responsabilitat política» dels mitjans de comunicació.